

《哪吒之魔童降世》成中国最卖座动画电影

“熊孩子”哪吒背后的中国文化记忆

据悉,正在热映的《哪吒之魔童降世》的票房已突破18亿元,超越《疯狂动物城》成为当前中国票房最高的动画电影。哪吒这个古老IP的吸金能力大大超出了人们的预期,而中国神话这座富矿带给人们的惊喜远不止如此。中国神话背后,是世代相传的集体记忆和文化遗产。



1 “熊孩子”成长史背后是儒释道文化的交融

《西游记》《封神演义》等古典小说,让哪吒敢爱敢恨、少年英雄的形象家喻户晓。不过,哪吒在中国神话体系中充其量只算是个晚辈。南北朝时期,哪吒以佛教护法神的形象首次出现在人们的视野中,在南朝人写的《高僧传》里,哪吒是毗沙门天王的三儿子。这位毗沙门天王是佛教四大天王之一,也就是寺庙天王殿里那位手中持伞的多闻天王。直到宋朝,三太子哪吒“析肉还母,析骨还父”后,现出了护法的本身,仍在宣讲佛法。

直到元朝的《搜神广记》,哪吒才摇身一变,成了玉皇大帝手下的中营大将军。他统帅天兵神将,负责镇守天门,威风凛凛。随后的明朝是中国古代神魔小说创作的一个高峰期,哪吒的传说引起了明代文人的极大兴趣,他们纷纷从中取材,将一些支离破碎的情节连缀起来,加以丰富而超现实的想象,终于塑造出一个生动可爱的哪吒形象,完成了哪吒故事的精彩演绎。

今天我们认识的哪吒,基本来自于《封神演义》里的描绘,作者用了整整三个回目集中笔墨写哪吒的故事。他被塑造成李靖的第三个儿子,其母怀胎三年零六个月产下一肉球,李靖持剑斩之,哪吒得以出世,太乙真人将其收为徒弟,取名李哪吒。后来他在东海嬉闹,将东海龙王三太子打死,剥皮抽筋,此事惹怒龙王。东海龙王联合其他三海龙王水淹陈塘关,逼其就范。情急之下,哪吒削肉救亲,死于非命。师父太乙真人施展法术,以莲花化身帮助哪吒重生,并成功了结了哪吒父子的仇怨。此后,脱胎换骨的哪吒顺应天命,前往西岐保周灭商,最终肉身成圣,成为三教护法大神。

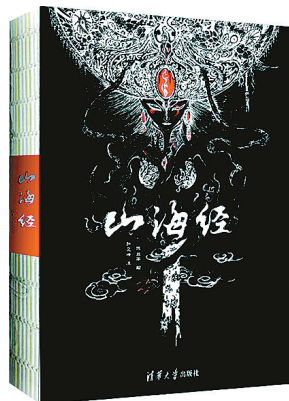
几百年来,这位蓄刘海、着荷衣、举纓枪、缠红绫、握金圈、脚踏风火二轮的少年英雄,收获了大批“粉丝”。哪吒传说之所以能长盛不衰,并得到21世纪人们的热捧,很大程度上是取决于其背后深厚的文化内涵。

哪吒小时候是个典型的“熊孩子”,而且不是一般地能作,几乎把陈塘关全城百姓给搭了进去。此后,哪吒与父反目,刚刚复活便忙着报仇,追杀父亲,被塔镇压后,才浪子回头,以天下为己任。正所谓“浪子回头金不换”,哪吒的成长经历堪称家长教育“熊孩子”的最好教材。

哪吒虽然生性叛逆,但是对自己的师傅太乙真人却始终非常尊重。太乙真人对哪吒的教育培养坚持“内外双修”的原则,内磨哪吒的品性,以“忠孝和顺仁信”为本;外授火尖枪法、风火二轮、灵符秘诀、乾坤圈、混天绫、金砖等,使其掌握匡扶正义、降魔除妖之术。

经过一场生死大劫之后,哪吒真正成长了。他始终牢记兴周灭商、济世救民的使命,面对各种敌人和困难,从不违抗师命、军令,守职尽责,任劳任怨,与少时的顽劣形成了鲜明对比。完成兴周灭商大业之后,哪吒不恋荣华富贵,深藏功与名,重回山野修炼,最终“修成羽翼超三界”。他的种种表现,都符合儒家的伦理道德观念。

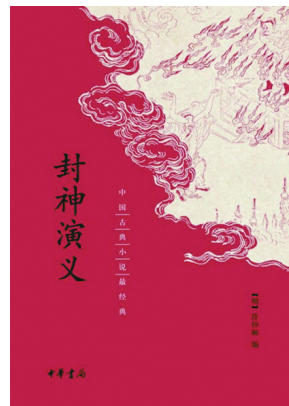
纯真无邪、志向高远、艺高胆大、淡泊名利,哪吒身上的闪光点显然已经超越了时空。哪吒精神是一种风格、态度、气象,是儒释道人格化的体现。哪吒故事,不仅是老少咸宜的合家欢,而且还能让成年观众自由地多重解构,所以具有持久的美学价值。



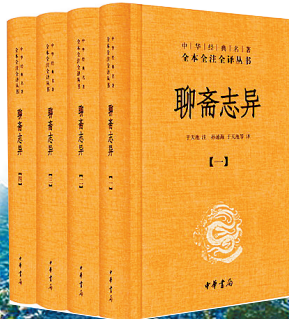
《山海经(白话全译彩图版)》
陈丝雨 绘 孙见坤 注
清华大学出版社出版



《降魔修心:彩绘西游记》
(清)佚名 绘 林遥 著
北京时代华文书局出版



《封神演义》
许仲琳 编 中华书局出版



《聊斋志异》
于天池·注 孙通海 等译
中华书局出版

2 中国神话记录着先民的所观所想

中国神话可谓浩如烟海,散见于《庄子》《山海经》《穆天子传》《搜神记》《西游记》《三国演义》《阅微草堂笔记》《聊斋志异》等作品里。但是,中国的神话有个特点,就是大多互不相通,纵然相通,也是相互矛盾、破绽百出,缺乏像《圣经》《伊里亚特》《奥德赛》等西方作品那种系统性和成熟度。

甚至,在古汉语里,压根就没有“神话”这个词,更多是以“志怪”来代称。直到近代西学东渐,日本学术界才用汉字“神话”两字翻译了英语“myth”,至1902年,一批留日学生将“神话”这个词引进中国,从而开启了中国神话学的研究之门。

或许是受“子不语怪力乱神”的影响,玄而又玄的神话在古代中国一直难登大雅之堂,直到现在,它仍被归入民间文学的范畴。很多人眼中,神话并非现实生活的科学反映,只是远古时代人类的初级思维产品。

其实,神话并非完全出于天马行空的想象,现实生活中,总能找到一些原型。每个神话的创作,必然融入了古人对天地万物的观察、思考和想象,因而,它对研究中国古代人的宇宙观、价值

观和行为礼仪等具有重要作用。

不仅如此,神话对中国人的形象是持久而深远的,堪称“隐形文化基因”。比如作家莫言的著名小说《蛙》,故事创作背景是计划生育政策的实施,以“蛙”为书名便有中国神话的印记。早在遥远的石器时代,蛙便已是史前人类的女神信仰,也就是说,青蛙类的水陆两栖动物,曾象征主管生育的母神。蛙类的繁殖能力很强,先民将蛙类视作生育神、母亲神也就顺理成章了。

如果将视野投入更大范围,会发现更有意思的事。迄今发现的最早蛙人形象,是法国出土的一件旧石器时代晚期骨雕,距今已经有1.5万年。看来,对蛙与生殖崇拜的联想,并非中国先民所独有。

受制于文字书写和材质保存的限制,我们能见到的中国神话文本,目前充其量仅能上溯到甲骨文时代,距今三千多年而已,而神话的寿命显然要比这长得得多。近年来,神话学者、民俗学者在各地考察时,往往能有一些仪式、技艺中,解读神话思维,辨识神话叙事,发现神话意象。这些神话的历史,可上溯到一万年乃至更早,可见其影响力。

3 文化创意兴起“神话热”,《山海经》成畅销书

如果问哪本书能撑起所有神仙仙侠剧的脑洞,非《山海经》莫属。《山海经》的内容包罗万象,可以说是一本百科全书,涉及历史、地理、民族、宗教、神话、生物、水利、矿产等各个学术领域,不仅概括了中国古代的原始风貌,还展现了远古时代的奇幻景象。

这本书创造了中国文学作品中的诸多母题,是中国文学中不容忽视的瑰宝。《三生三世十里桃花》的青丘、昆仑虚,《青云志》的空桑山,《花千骨》里的长留山等,其原型皆出自于《山海经》。

由于《山海经》原文佶屈聱牙,近年来,迎合现代人阅读风格的白话版本日益受到热捧,屡屡登上畅销书榜单。清华大学出版社的《山海经》,插图绘制精美,加上精美的“蝴蝶装”装帧手法,已经重印15次,发行超过20万册。一本名叫《山海经(白话全译彩图版)》的书,在当当古籍榜上的销量名列第四,紧随《诗经》《世说新语》和《曾国藩家书》之

后,光评论就有近3万条。《童话山海经——大蟹》一经面世,便入选当月的优秀畅销书榜。

《山海经》里大大小小的神兽怪物更是逐一被拉出了故纸堆。诸如穷奇、檮杌、饕餮、鲲鹏等上古凶兽,游戏玩家们早已在《仙剑奇侠传》《轩辕剑》《古剑奇谭》等国风类游戏中司空见惯。相比于前些年在中国文化市场上火起来的僵尸、狼人、吸血鬼、摄魂怪等有国外血统的妖魔鬼怪,近些年这些土生土长的小妖,在中国文化产业市场吸金能力不可小觑。

用好古典神话这座富矿,一方面讲出来的内容要让当代人听得进去,另一方面写出来的神话要让传统文化传得下去。在内容为王的当代文化市场,并不是任意抓取一个古代文化形象就能成为一个优质IP,真正的文化创意必须植根于文化“传”“承”的土壤中。只有真正讲好中国神话的底蕴和精气神,才能延续古典神话中那些澎湃涌动的文化因子。

晚综

《三生三世十里桃花》中的青丘就出自《山海经》。